

## ABSTRAK

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, semakin banyak anak muda yang beralih dari menonton televisi menjadi menonton video di Youtube. Oleh karena itu, P&G memilih Youtube sebagai salah satu media iklan untuk mempromosikan produknya selama beberapa tahun terakhir. Dimana iklan sampo Pantene seringkali muncul diawal sebelum video di Youtube yang ingin kita tonton dimulai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh iklan melalui Youtube terhadap minat beli sampo Pantene.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Jenis data yang dibutuhkan untuk penelitian adalah data primer dan data sekunder. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *probability sampling* jenis *proportionate random sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel iklan dengan dimensi *meaningful*, *believable* dan *distinctive* berada dalam kategori baik. Tanggapan responden terhadap minat beli iklan sampo Pantene masuk dalam kategori cukup baik. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa iklan sampo Pantene melalui Youtube secara signifikan berpengaruh terhadap minat beli.

**Kata Kunci : Iklan Sampo, Minat Beli, Youtube**